

Berne, le 23 novembre 2021

Durabilité de l'huile de colza suisse en comparaison avec les huiles alimentaires importées

Conclusions pour la filière indigène

1 Association Huile de colza suisse

L'association Huile de colza suisse (ACS) s'occupe, sur mandat de la branche, du marketing et de la communication pour l'huile de colza suisse dans le cadre de la promotion des ventes des produits agricoles de la Confédération. L'ACS informe sur les produits ainsi que sur la culture et la transformation du colza. Les questions ayant trait au marché, aux prix et à la politique sont discutées au sein de l'organisation de la branche swiss granum. L'ACS se compose de neuf membres représentant toute la filière de l'huile de colza, des producteurs au commerce de gros et de détail en passant par les huileries.

2 Image de l'huile de colza suisse

Une étude réalisée en octobre 2020 a montré que 97% (top of mind, avec ou sans soutien) des consommatrices et consommateurs interrogé-e-s connaissaient l'huile de colza suisse. Cette dernière arrive en deuxième place après l'huile d'olive. Selon l'étude, une qualité élevée, un bon goût et une provenance naturelle sont les principaux critères d'achat pour les huiles alimentaires, devant les aspects concernant la santé. La durabilité arrive à la 7^e place des critères d'achat. 51% des personnes interrogées ont estimé que l'huile de colza suisse était durable et 9% ont indiqué que l'huile d'olive était plus durable. L'origine suisse arrive à la 13^e place des critères d'achat.

3 Bases de la communication sur la durabilité

Les bases de la communication stratégique pour l'huile de colza suisse ont été élaborées ensemble avec le comité lors d'un atelier consacré au positionnement. Les valeurs centrales de l'huile de colza suisse ont été définies pour ce faire. Les informations et arguments communiqués par l'ACS se basent sur la collaboration avec des spécialistes du secteur et sur des études que l'ACS commande ou soutient. Une analyse de durabilité a été réalisée en 2020/2021 pour comparer l'huile de colza suisse avec des huiles végétales concurrentes étrangères choisies. Les résultats permettront de procéder à un état des lieux pour la production et la transformation indigènes, montreront un éventuel potentiel d'amélioration et soutiendront toute la filière dans son développement. Cette étude fait partie de la stratégie de valeur ajoutée de la branche des oléagineux de l'organisation de la branche swiss granum.

4 Étude de durabilité de l'huile de colza suisse

L'étude de durabilité de l'huile de colza suisse confirme les mesures prises par la branche : variétés adaptées au site de production, production selon les Prestations écologiques requises (PER), courts trajets, raffinage sans produits chimiques, valorisation des sous-produits dans le secteur fourrager, alternatives aux produits phytosanitaires, projets de recherche, etc.

L'étude montre les tendances, mais les analyses doivent impérativement être approfondies. Notons que les trois dimensions de la durabilité ont été prises en compte. Concernant l'écologie, il s'avère que 90%



des résultats du bilan environnemental sont influencés par la production agricole. Le rendement est le principal facteur. Les quantités de fumure, les émissions en découlant sur le champ ainsi que la modification de l'utilisation des terres influent aussi fortement sur le bilan, comme le montre l'exemple de l'huile de palme. Le rendement en huile dans le moulin et le transport, même d'outre-mer, jouent un rôle secondaire.

Les risques sociaux sont nettement plus faibles pour l'huile de colza suisse (facteur 20) que pour l'huile de palme d'Indonésie. La dépendance de la production suisse de prestations de service de l'étranger (p. ex. extraction de matières premières pour les engrais minéraux ou les supports énergétiques, production de semences et d'énergie) influe négativement sur l'analyse sociale.

L'analyse économique a uniquement permis une comparaison entre l'huile de colza suisse et l'huile de tournesol suisse.

L'huile de colza suisse obtient des résultats légèrement à clairement meilleurs que les autres huiles végétales. Son rendement est certes plus faible que celui de l'huile de palme (3.4 t contre 1.3 t), mais elle est beaucoup moins néfaste pour le climat. Notons qu'aucunes certifications ni labels n'ont été pris en compte.

5 Défis sur le marché

La quantité de colza convenue dans la convention-cadre a augmenté de 82'000 t en 2016 à 106'000 t en 2020. La demande augmente et l'offre a parfois de la peine à suivre. Les discussions entourant la durabilité de l'huile de palme font augmenter la demande. Les acteurs de l'industrie ne se convertissent néanmoins pas tous à l'huile de colza suisse. Beaucoup d'entre eux misent sur l'huile de palme durable afin de ne pas être obligés d'adapter les recettes et parce qu'elle est disponible en plus grande quantité. La part d'huile de palme et d'huile de palmiste certifiées dans les denrées alimentaires s'élève aujourd'hui à près de 95% en Suisse.

Le colza est une culture qui nécessite des soins. Le comportement des consommatrices et consommateurs et les attentes de la société nous obligent à apporter des changements dans la production de colza et la fabrication de l'huile de colza (utilisation de produits phytosanitaires, qualité du produit). Les soins aux cultures apportés par les producteurs contribuent à assurer une production sûre et une qualité élevée. La Commission de l'économie et des redevances du Conseil des États a déposé l'initiative parlementaire « Réduire le risque de l'utilisation de pesticides » en août 2019 en vue des deux initiatives sur les produits phytosanitaires et sur l'eau potable, initiatives qui ont d'ailleurs été rejetées. Cette initiative demande l'ancrage dans la loi d'une trajectoire de réduction du risque de l'utilisation de pesticides avec des valeurs cibles.

Les bienfaits sur la santé de l'huile de colza suisse sont incontestés. Malgré cela, elle arrive à la deuxième place, après l'huile d'olive, dans le classement des consommatrices et consommateurs selon l'étude d'image de l'ACS et les chiffres du commerce de détail que Nielsen nous transmet chaque trimestre. Cela est très souvent dû aux habitudes, l'huile d'olive étant disponible depuis beaucoup plus longtemps sur le marché. La bonne image de l'huile de colza suisse est renforcée par la campagne en cours. Des valeurs ajoutées étayées manquent encore pour montrer la durabilité de l'huile de colza par rapport à l'huile d'olive. Elles sont en train d'être approfondies.

Ces conclusions seront prises en compte par swiss granum pour l'élaboration de la stratégie de valeur ajoutée pour la branche des oléagineux.